



**Trend** Dal 30 al 50% delle immatricolazioni dei big grazie al «fleet management»

## Strategie Cercasi spazio nei parchi aziendali

### Il confronto



### La frenata

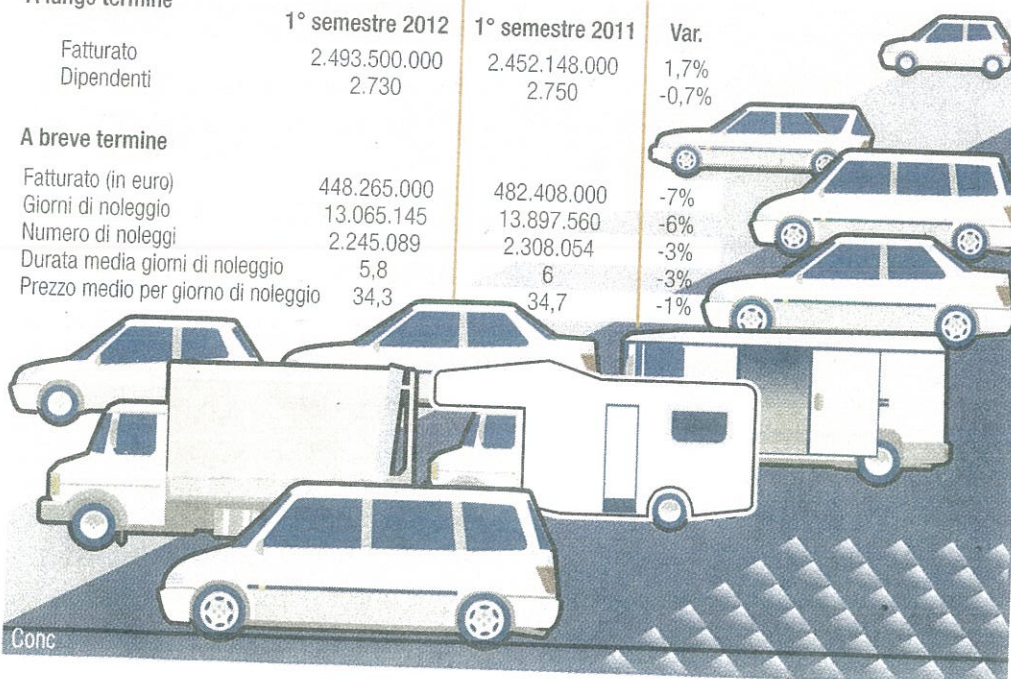
I principali dati economici del settore del noleggio

#### A lungo termine

	1° semestre 2012	1° semestre 2011	Var.
Fatturato	2.493.500.000	2.452.148.000	1,7%
Dipendenti	2.730	2.750	-0,7%

#### A breve termine

	1° semestre 2012	1° semestre 2011	Var.
Fatturato (in euro)	448.265.000	482.408.000	-7%
Giorni di noleggio	13.065.145	13.897.560	-6%
Numero di noleggi	2.245.089	2.308.054	-3%
Durata media giorni di noleggio	5,8	6	-3%
Prezzo medio per giorno di noleggio	34,3	34,7	-1%



**L'**estensione del noleggio a lungo termine ai privati, perché la macchina sta diventando un costo sempre meno sostenibile per una famiglia media. E l'utilizzo dell'auto elettrica, che dribbla le chiusure e le tasse di accesso ai centri storici delle città. Sono queste le due tendenze dell'autonoleggio, settore che resiste meglio di quello dell'automotive alla crisi, ma che dopo la ripresa del 2011 sta vivendo una fase di stallo. I dati dell'associazione di categoria, l'Aniasa, parlano chiaro: nel primo semestre, il fatturato complessivo tiene (-0,25%) e dovrebbe essere confermato a fine anno il superamento storico dei 5 miliardi di volume d'affari. Con 642.000 unità tra auto e furgoni, la flotta circolante conserva la propria dimensione (-0,2%). Il comparto del lungo termine ha continuato, con quasi 93.000 immatricolazioni tra auto e furgoni (-9% rispetto al 2011), a svolgere una funzione di traino, con un'incidenza di oltre l'11% nel rinnovo del parco auto, mentre crollano più del mercato complessivo (-20% in agosto) le immatricolazioni del breve termine: -24% da gennaio a giugno.

### Nuove frontiere

Ormai abituate al «downsizing» (cioè alla richiesta di auto più piccole) e all'allungamento del ciclo di vita (da 38 a oltre 40 mesi), le società cercano nuove strade di business. Leasys, controllata dalla joint-venture paritetica tra Fiat group e Crédit Agricole Consumer Finance, punta su una nuova formula: offrire il noleggio a lungo termine ai privati. «Mi rendo conto che si tratta di una sfida, perché implica il fatto di superare i vincoli culturali: in Italia siamo legati alla proprietà del veicolo — dice l'amministratore delegato Claudio Manetti —. Per questo, non ci siamo dati un obiettivo di risultato e siamo consapevoli di partire da zero. Ma la cosa più importante è quello di diffondere questa nuova modalità. Ci vorrà un po' di tempo, ma considero il contesto di crisi attuale favorevole al cambio di mentalità: l'auto di proprietà è

diventata un aggravio di costi importante per una famiglia».

L'offerta è partita queste mese di settembre nei concessionari Lancia. Il noleggio ha una durata variabile da 36 a 60 ed è accessibile anche restituendo una permuta (di qualsiasi marca). Il pacchetto base prevede bollo, manutenzione ordinaria e straordinaria, traino e Rca, quello intermedio aggiunge la copertura incendio e furto e il full ha la kasko. Ad esempio per una Lancia Ypsilon il canone va da 199 a 289 euro al mese, mentre il costo d'acquisto è di 10.650 euro. «Abbiamo condot-

to preventivamente una serie di workshop con l'obiettivo di far entrare la rete nell'ordine di idee di proporre questa nuova formula e di prendere da loro l'esperienza di contatto con il cliente — spiega Manetti —. Il nostro target sono le famiglie in cui magari è già presente una vettura a noleggio. Come quelle dei dirigenti, dei quadri aziendali, dei professionisti».

### Ambiente

La sostenibilità economica e ambientale della flotta, e l'innovazione dei servizi sono gli ambiti in cui si stanno concentran-

### La stangata

**L**e tasse stanno incidendo in modo negativo sul settore del noleggio e sulle flotte aziendali. Con danni per lo stesso Erario che vede calare gli introiti fiscali derivanti dalle vendite. «Fra tassazione centrale, minore deducibilità dei costi, tasse locali è quasi un'ecatombe», denuncia Paolo Ghinolfi, presidente di Aniasa. Ma quali sono queste «super tasse»? C'è stato l'aumento dell'imposta di trascrizione (la cosiddetta «lpt») lo scorso luglio, che si paga ogni anno sulle immatricolazioni nuove o sulla cessione dell'usato. Si tratta di circa 150 euro ad auto, che per le aziende con un parco di 30 mila auto si traducono in un aumento dei costi pari a 4,5 milioni l'anno. Poi è arrivato il superbollo, che si è aggiunto all'annoso problema del caro-polizze. Inattesa e amara, infine, è stata la sorpresa contenuta nel decreto (ora legge) sul lavoro, che preleva una parte delle risorse necessarie per la riforma proprio dall'auto aziendale, prevedendo una minore possibilità di deduzione sia per i veicoli assegnati ai dipendenti (dal 90% al 70%) sia per quelli a disposizione di imprese e professionisti (dal 40% al 27,5%). Il gettito previsto dal governo grazie alla minore deducibilità dei costi dell'auto aziendale è di 801 milioni per il 2013, di 1.057 milioni sia per il 2014 sia per il 2015.

F. CH.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

do le esigenze delle imprese clienti delle società di autonoleggio. Per questo la francese Arval punta sull'espansione dell'attività di consulenza nella gestione del parco macchine all'auto elettrica. «L'attenzione ai temi della sostenibilità cresce — spiega Andrea Solari, vice direttore generale di Arval —. Con la chiusura dei centri storici c'è la necessità di trovare nuove forme di mobilità e l'auto elettrica consente di viaggiare senza oneri e vincoli aggiuntivi. Chi fa manutenzione della telefonia, degli ascensori, le banche hanno già programmi operativi che si basano sull'auto elettrica. I numeri sono ancora modesti, ma le percentuali crescono».

Quali tendenze si stanno manifestando negli utilizzatori di auto aziendali? «Sono interessati alla possibilità di scaricare app sui propri smartphone per migliorare la mobilità e guadagnare in efficienza», dice Andrea Cardinali, alla guida di Alphabet Italia. La società ha lanciato AlphaGuide, una nuova mobile application in grado di assistere il cliente 24 ore su 24.

### Nuovi mercati

Ma il settore avrebbe un altro spazio di crescita, quello del noleggio di autobus e veicoli industriali (quindi camion e taxi), che in Italia è vietato. «All'estero è permesso — dice Paolo Ghinolfi, alla guida di Aniasa —. Noi siamo rimasti alla preistoria. Le amministrazioni comunali oggi o si comprano i bus che costano tra i 200 mila e i 300 mila euro o non li mettono».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## All'elettrico serve una spinta un po' più forte

**G**li incentivi statali per l'acquisto delle auto green, previste dal decreto Sviluppo di luglio, hanno sollevato tante polemiche. Sono stanziamenti indirizzati alla creazione di reti per la ricarica dei veicoli elettrici, ai programmi di ricerca e intendono agevolare l'acquisto di veicoli a basso impatto ambientale: 50 milioni a partire dal 2013 e 45 per il 2014 e 2015. Che tradotti significano 5.000 euro di bonus per le vetture sotto i 50 g/km di Co2, 4.000 euro tra 50 e 95 g/km e 2.000 euro per le altre.

«Le risorse sono limitate e non contribuiscono a svecchiare il parco circolante — chiosa Pietro Teofilatto, direttore della sezione noleggio a lungo termine dell'Aniasa, l'Associazione nazionale industria dell'autonoleggio e servizi automobilistici —. Il settore del noleggio si sta interessando all'alimentazione elettrica. Ma forse sarebbe stato più utile prevedere una congrua detraibilità dell'Iva o la possibilità per i privati di dedurre i costi di noleggio di auto a basso impatto ambientale».

Gli incentivi intanto spingono gli investimenti sui network di ricarica, punto de-



**Aniasa** Il presidente Paolo Ghinolfi. Il noleggio sostiene il mercato dell'auto

Imago Economica

bole del mercato delle vetture elettriche. A Barcellona, qualche giorno fa è stata inaugurata la prima stazione di ricarica a energia eolica installata da Uge Iberia nella di Cespa, la filiale di servizi ambientali di Ferrovial Servicios. La soluzione coniuga la capacità della turbina eolica e la tecnologia Duration di Ge, società che ha annunciato di voler acquistare 25.000 veicoli elettrici entro il 2015, da usare come auto aziendali e da offrire ai clienti attraverso la propria società di servizi di gestione delle flotte.

Sul fronte italiano si muove Enel che, con il progetto Enel Drive, vuole realizzare una rete di ricarica dei veicoli elettrici suddivisa in Home Station e Public Station. La prima è dedicata ai privati che potranno installare una presa di ricarica domestica nel box di casa. La seconda è una rete di colonnine collocate nei punti nevralgici delle città. Se si è in casa il costo va in bolletta, se si è fuori si usa una card prepagata.

S. FA.

Trend Dal 30 al 50% delle immatricolazioni dei big grazie al «fleet management»

# Strategie Cercasi spazio nei parchi aziendali

I principali costruttori fanno a gara per ampliare la quota di mercato. Dai concessionari alla riduzione dei consumi: sfida a tutto campo

DI SIMONE FANTI

**N**uovi player si affacciano sul mercato delle flotte aziendali per guadagnarsi nicchie che in questo momento di crisi vengono giudicate interessanti. Kia, a luglio, ha sottoscritto un accordo con Arval, dando vita al programma Kia renting, per proporre soluzioni di noleggio a lungo termine attraverso la rete dei concessionari dell'azienda coreana. Nissan, attraverso il marchio Infiniti, lancia il primo modello della serie M dedicato ai professionisti aziendali. Ela ruma Dacia, brand di Renault, propone una gamma, chiamata EasyBusiness, pensata per le flotte aziendali. Il comparto si infoltisce dunque in un momento in cui i dati di mercato (fonte Aniasa), aggiornati a inizio settembre, parlano di una flessione dell'immatricolato, a partire da gennaio 2012, del 19,8%.

In questo contesto però il settore del noleggio e delle flotte aziendali perde meno degli altri e si ferma a meno 17% ri-

spetto allo stesso periodo dell'anno precedente che però era stato discreto per il segmento, grazie alla scadenza e al rinnovo di parchi auto di grandi industrie e enti.

Certo non soffre solo l'Italia. I dati dell'analisi «Dove va l'azienda» di Dataforce che ha messo a confronto i mercati inglese, tedesco, francese e italiano mostrano come il comparto è stato avvertito da tutti. Con la differenza che mentre gli altri tre big dell'economia europea nel 2012 ripartono, l'Italia resta al palo.

## I progettati in campo

Per cifrarsi dall'ingresso di questi neo attori, e per mantenere quote di mercato, il gruppo Fiat punta su nuovi modelli a breve verrà lanciata la 500 Large, che si affianca alla Freemont. «L'offerta comprende 25 modelli di passenger car che coprono l'80% della domanda totale di mercato e 7 veicoli commerciali che offrono la copertura al 100% del settore nella fascia fino a 2 tonnellate di portata utile — racconta Nicola Pumilia, respon-

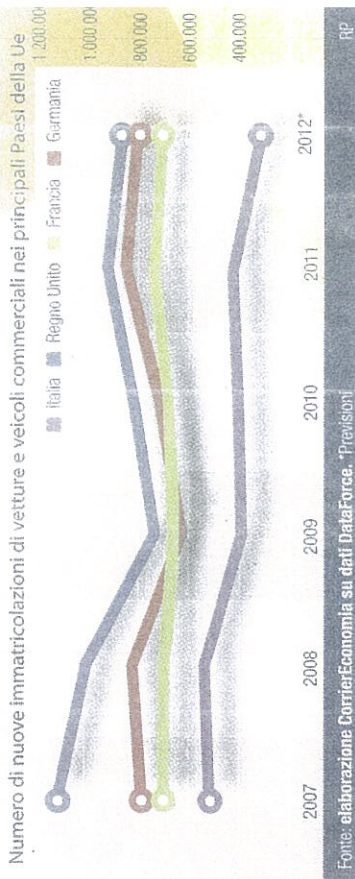
sabile Vendite fleet per l'Europa di Fiat Group —. Il mercato delle flotte aziendali è strategico per la visibilità generata all'interno del tessuto delle aziende e degli enti pubblici».

Guarda alle pmi Volkswagen i cui conti mostrano che «circa il 30% dei volumi della marca provengono dalle flotte», spiega Fabio Leggeri, responsabile Flotte di Volkswagen Italia. «Per le pmi abbi-

amo attivato un progetto specifico, Small fleet, che stiamo sviluppando con un selezionato numero di concessionari specializzati». In testa alle vendite la Passat Variant e Golf che si pongono in concorrenza con le vetture della Serie 3 (a breve in vendita la nuova station wagon) e 5 di Bmw Italia per la quale il comparto vale tra il 40 e il 45% del venduto.

«I due cardini su cui si basa-

## Il confronto



no le nostre strategie sono la riduzione dei consumi e la consulenza — spiega Maurizio Ambrosino, corporate & direct sales Director di Bmw Italia —. Il primo cardine è il pacchetto di tecnologie che consente alle nostre vetture, a parità di potenza, una riduzione dei consumi ed emissioni inquinanti, permettendo di risparmiare gli input che provengono dalle green policy azien-

dali. Il secondo si coniuga in un team di esperti Bmw che accompagna i venditori dei concessionari nel rapporto con i clienti».

Competitor diretto di Bmw nel segmento premium è Audi che dalle flotte aziendali trae oltre il 50% del suo immatricolato e che punta, come dice Alberto Cestaro, responsabile vendite in Italia «sul ruolo proattivo dei concessionari per consolidare il brand all'interno delle grandi aziende, per insistere sul mercato delle pmi per far conoscere una gamma di veicoli che nell'ultimo anno si è fortemente rinnovata».

E dall'inserimento di nuove vetture, in particolare modo la linea Ds che si affianca alle C5 e C5 parte anche la strategia di Citroën. «Abbiamo creato una rete capillare di concessionari in grado di proporre veicoli alla clientela business e di offrire servizi specifici alla clientela flotte — fanno sapere da Citroën Italia —. Circa il 65-70% delle vendite alle aziende avviene presso questi concessionari».

## La spina dei furti

**L**a crisi economia non sembra il solo problema che il settore del noleggio a breve e lungo termine deve affrontare. In parallelo con le difficoltà economiche del paese, infatti, cresce il numero di furti d'auto a danno delle società di noleggio. Nel 2011 sono stati sottratti complessivamente in tutta Italia 4.141 veicoli contro i 3.300 del 2010, per un danno che viene quantificato nella cifra — record dicono gli operatori — di 43 milioni di euro, divisi tra breve (10,5 milioni) e lungo termine (32,7 milioni). Nel noleggio a breve termine, si osserva un aumento del 9 per cento dei veicoli sottratti che passano da 1.296 del 2010 ai 1.416 del 2011. Nel lungo termine si è

passati da 2.817 a 2.979, con una crescita del 5,8 per cento. Inoltre a fronte di un aumento del numero di furti, diminuiscono i recuperi da parte di proprietari e forze dell'ordine, numeri che restano molto modesti: dai 258 veicoli del 2010 ai 254 del 2011, con un calo del 2 per cento).

Le vetture preferite dai ladri restano quelle più vendute sul mercato, con particolare attenzione per le utilitarie e le medie: le vetture infatti possono essere smontate per rivendere i pezzi come ricambi sul mercato nero.

S. F.

© RIPRODUZIONE RISERVATA